



COMUNE DI CAINO
Provincia di Brescia

**REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DEI
CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE**

Approvato con delibera C.C. n. 50 del 19.12.2022

INDICE

Art.1 Oggetto

Art.2 Finalità

Art.3 Condizioni

Art.4 Individuazione, programmazione e gestione delle sponsorizzazioni

Art.5 Iniziativa spontanea o per azione di terzi

Art.6 Esclusioni e rifiuto di sponsorizzazioni

Art.7 Pubblicità e scelta del contraente

Art.8 Valutazione delle offerte

Art.9 Contratto di sponsorizzazione

Art. 10 Offerta di sostanziale mecenatismo

Art. 10 Riserva organizzativa

Art. 11 Obblighi dello sponsor

Art. 12 Obblighi del Comune

Art. 13 Aspetti contabili e fiscali

Art. 14 Riserva organizzativa

Art. 15 Accordi di collaborazione e Convenzioni

Art. 16 Norme di rinvio

Art. 17 Disposizioni transitorie

ART. 1 - Oggetto

1. Il presente Regolamento disciplina - nel rispetto delle disposizioni contenute nell'art. 43 della Legge n. 449/1997, nell'art. 119 del T.U.E.L. approvato con D.Lgs. 18 agosto 2000, n. 267 e ss.mm.ii., nell'artt. 19, 63 e 151 del Codice dei Contratti Pubblici, approvato con D.Lgs. n. 50/2016 e ss.mm.ii. - i presupposti, le condizioni e la procedura di affidamento dei contratti di sponsorizzazione per eventi, iniziative, lavori, servizi o forniture promossi, organizzati o gestiti dall'Amministrazione Comunale per il perseguimento di finalità di pubblico interesse e nell'osservanza dei criteri di efficienza, efficacia e trasparenza, che regolano l'operato della Pubblica Amministrazione.

ART. 2 - Finalità

1. Il ricorso alle sponsorizzazioni costituisce un'opportunità innovativa di finanziamento delle attività di Comune di Caino ed è finalizzato a favorire il miglioramento organizzativo nell'ottica di un potenziamento dei servizi, nonché l'ottenimento di proventi di entrata o risparmi di spesa nel perseguimento del pubblico interesse.
2. Il Comune di Caino intende, in linea di principio, avvalersi della sponsorizzazione al fine di:
 - a) incentivare e promuovere una migliore qualità e innovazione nell'organizzazione tecnica e amministrativa dell'Ente;
 - b) realizzare maggiori economie di spesa,
 - c) migliorare la qualità dei servizi prestati.

ART. 3 - Condizioni

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con persone fisiche e persone giuridiche, per realizzare o acquisire forniture, servizi, lavori o altre attività inserite nei programmi di spesa ordinari con finanziamento a carico del bilancio dell'ente.
2. Tutte le iniziative di sponsorizzazione sono condizionate dai seguenti vincoli di buona amministrazione:
 - a) devono necessariamente essere dirette al perseguimento di interessi pubblici;
 - b) devono escludere forme di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
 - c) devono essere consone e compatibili con l'immagine del Comune di Caino;
 - d) devono produrre risparmi di spesa.
3. Il risultato della sponsorizzazione si deve concretizzare nella realizzazione di una economia di bilancio totale o parziale, rispetto alla previsione di spesa, in relazione alla totale o parziale copertura di tale spesa da parte dello sponsor, senza oneri economici per l'ente.

ART. 4 - Individuazione, programmazione e gestione delle sponsorizzazioni

1. Gli ambiti e le aree di intervento concernenti le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati al Responsabile dell'Unità Organizzativa interessata. Nel corso dell'anno la Giunta Comunale può altresì, formulare indirizzi specifici per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione sorte successivamente all'approvazione della programmazione annuale o nel caso in cui il

- programma non fosse stato adottato.
2. Tutte le conseguenti fasi attuative e gestionali inerenti alle iniziative di cui al precedente comma sono demandate alla esclusiva competenza del Responsabile dell'Unità Organizzativa interessata, che vi provvede sotto la sua personale responsabilità attraverso appositi atti di determina.
 3. L'Amministrazione Comunale ha facoltà di pubblicazione su ulteriori mezzi di comunicazione ritenuti idonei per la migliore diffusione delle iniziative.

ART. 5 - Iniziativa spontanea o per azione di terzi

1. La sponsorizzazione può avere origine:
 - a) ad iniziativa spontanea dell'Amministrazione Comunale;
 - b) ad iniziativa di soggetti terzi indicati nel precedente art. 3 comma 1;
2. Qualora l'iniziativa si correli alla proposta di soggetti terzi, essa deve essere riconosciuta e valutata, dalla giunta comunale, come utile agli interessi e confacente agli scopi istituzionali del Comune di Caino con riferimento alle sue componenti economiche, qualitative ed organizzative.

Art. 6 – Esclusioni e rifiuto di sponsorizzazioni

1. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione i soggetti privati/impresе/società/associazioni/enti che non risultano in possesso dei requisiti di cui all'articolo 80 del Codice.
2. Sono altresì esclusi coloro che abbiano in atto con la il Comune di Caino controversie di natura legale o giudiziaria.
3. L'assenza di motivi di esclusione di cui ai commi precedenti è accertata in sede di gara sulla base delle dichiarazioni sostitutive allegate all'offerta nonché verificata nei confronti dell'aggiudicatario prima della sottoscrizione del relativo contratto, da parte del Responsabile del procedimento.
4. L'Ente, a suo insindacabile giudizio, si riserva la facoltà di rifiutare qualsiasi offerta di sponsorizzazione qualora, anche a seguito di successive verifiche:
 - a) ravvisi l'insussistenza delle condizioni di cui all'articolo 3 del presente regolamento;
 - b) ravvisi un conflitto di interesse, anche potenziale, tra l'attività pubblica dell'Ente stesso e/o delle sue società partecipate e quella dello sponsor;
 - c) ravvisi un potenziale pregiudizio o danno alla sua immagine ovvero alle proprie iniziative o attività.
5. Sono altresì escluse, oltre le sponsorizzazioni aventi ad oggetto pubblicità, anche in forma indiretta, vietate in tutto o in parte secondo la normativa vigente, quelle aventi ad oggetto le finalità di seguito riportate a titolo indicativo e non esaustivo:
 - di propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
 - di diffusione di messaggi offensivi, o espressioni di fanatismo, di razzismo, di odio, di minaccia;
 - di promozione, di commercializzazione e/o uso delle armi;
 - di messaggi inerenti il gioco d'azzardo o la produzione, la distribuzione ed il consumo di tabacchi o di sostanze stupefacenti, il materiale pornografico o comunque a sfondo sessuale, i medicinali o le cure mediche;
 - di messaggi lesivi del diritto di riservatezza e della salute, della dignità umana, dei diritti dei lavoratori e della tutela dei consumatori o della tutela ambientale.

ART. 7 - Pubblicità e scelta del contraente

L'affidamento dei contratti di sponsorizzazione avviene nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, trasparenza e proporzionalità.

1. La scelta dello sponsor è effettuata con iniziativa da parte dell'Amministrazione Comunale, ai sensi dell'art. 19 e dell'art. 151 del Codice dei Contratti Pubblici, mediante avviso e pubblicato all'Albo Pretorio e sul sito web istituzionale del Comune di Caino per almeno 30 giorni.
2. La valutazione delle offerte pervenute nel rispetto di quanto previsto nell'avviso, viene effettuata da una Commissione, composta da componenti individuati dal dirigente dell'Area procedente.
3. E' ammesso l'uso della procedura negoziata senza previa pubblicazione di un bando di gara nei casi e nelle circostanze indicate dall'art. 63 del D.Lgs. n. 50/2016 e ss.mm.ii., dando conto con adeguata motivazione, della sussistenza dei relativi presupposti.
4. E' ammesso l'uso della trattativa privata diretta con un solo contraente per iniziative per le quali il ritorno pubblicitario sia tenue e sia da escludersi qualsiasi forma di concorrenzialità, come nell'ipotesi prevista dal cosiddetto "mero mecenatismo" come indicato nel successivo art. 9 del presente regolamento;
5. Sono ammesse le sponsorizzazioni plurime per una singola manifestazione o iniziativa.

ART. 8 - Valutazione delle offerte

1. Le offerte verranno valutate da una apposita Commissione, individuata ai sensi del vigente regolamento comunale per la disciplina dei contratti, in base ai criteri indicati nell'avviso pubblico o nella lettera di invito, finalizzati a reperire la disponibilità della sponsorizzazione o della speciale attività di collaborazione, stabilite e disciplinate sulla base e in relazione alla tipologia dell'intervento.

ART. 9 - Contratto di sponsorizzazione

1. La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:
 - l'oggetto del contratto;
 - la durata del contratto di sponsorizzazione;
 - il diritto dello sponsor alla utilizzazione dello spazio pubblicitario;
 - i controlli sull'attività dello sponsor;
 - gli obblighi assunti a carico dello sponsor e del Comune;
 - le clausole di tutela e la facoltà di recesso rispetto alle eventuali inadempienze;
 - nel contratto deve essere prevista la facoltà del Comune di recedere prima della scadenza, previa tempestiva e formale comunicazione allo sponsor, deve essere inoltre prevista la clausola risolutiva espressa nel caso in cui lo sponsor rechi danno all'immagine del Comune, fermo restando il diritto al risarcimento del danno;
 - nel contratto deve essere prevista la facoltà del Comune di recedere prima della scadenza, previa tempestiva e formale comunicazione allo sponsor, per sopravvenute cause di pubblica utilità o pubblici interessi.
2. Il contratto viene sottoscritto, nella forma di scrittura privata, dal rappresentante legale dello sponsor e dal Responsabile del Settore competente, o suo delegato, in base all'ordinamento interno dell'Ente ed è soggetto a registrazione solo in caso d'uso, ai sensi

del D.P.R. 26 aprile 1986, n. 131, con oneri a carico del richiedente. Le spese inerenti l'assolvimento dell'imposta di bollo restano a carico dello sponsor.

ART. 10 - Offerta di sostanziale mecenatismo

1. Le sponsorizzazioni offerte o proposte da soggetti giuridici o da enti privi di finalità di lucro, specie ove il ritorno di natura pubblicitaria appaia del tutto tenue e prevalga l'aspetto di un sostanziale contratto a prestazioni economicamente unilaterali, con la prevalenza di profili c.d. di "mero mecenatismo" da parte dello sponsor, sono formalizzate come procedure di trattativa privata diretta, qualunque sia il valore della prestazione resa dal mecenate.

ART. 11 – Obblighi dello sponsor

1. Lo sponsor è tenuto a rendere all'Ente il corrispettivo per il ritorno di immagine del proprio nome/marchio/logo in una delle seguenti forme:
 - a. mediante erogazione diretta all'Ente dell'importo indicato nella proposta di sponsorizzazione e successivamente contrattualizzato;
 - b. con la realizzazione, a propria cura e spese, degli interventi, direttamente o avvalendosi di operatori economici qualificati e nel rispetto delle normative di settore.
2. Sono a carico dello sponsor i costi relativi all'installazione e manutenzione di eventuali impianti per la segnalazione della sponsorizzazione che riportino il marchio/logo dello stesso.
3. Nel caso di sponsorizzazione pura, lo sponsor si obbliga al pagamento della somma di denaro, di norma, per una quota pari al 50% al momento della sottoscrizione del contratto e per la restante parte secondo un piano predisposto dal responsabile competente.
4. Nel caso di sponsorizzazione tecnica, lo sponsor si obbliga ad eseguire l'intervento secondo il cronoprogramma approvato dal responsabile competente.

ART.12- Obblighi del Comune

1. Il Comune, quale controprestazione del finanziamento ovvero dei lavori, beni e servizi forniti dallo sponsor, potrà realizzare, a titolo esemplificativo e non esaustivo, alcune delle seguenti forme pubblicitarie:
 - a. riproduzione del marchio/logo e delle generalità dello sponsor sul materiale pubblicitario dell'intervento e/o sul sito web dell'Ente, all'interno dello spazio informativo inerente l'attività interessata;
 - b. posizionamento di targhe o cartelli o similari indicanti il marchio/logo o le generalità dello sponsor su beni durevoli o mezzi o spazi oggetto della sponsorizzazione;

- c. utilizzo, a fini pubblicitari, di spazi all'interno delle sedi degli uffici comunali (es. bacheche, sale riunioni, sale d'attesa, punti di ristoro, androni, teli a coperture di lavori/opere);
 - d. utilizzo, a fini pubblicitari, di spazi sulla documentazione dell'Ente (es. carta intestata, brochure, volantini, inviti).
2. Le forme pubblicitarie potranno riguardare tutte o alcune delle modalità previste dal presente articolo, determinate e contrattualizzate, di volta in volta, dal Settore competente.

ART. 13 – Aspetti contabili e fiscali

1. Le prestazioni rese ai sensi del presente Regolamento generano emissione di fattura e sono soggette alla normativa fiscale vigente, cui si rinvia, pertanto:
- a. nel caso di sponsorizzazione pura, il Comune emette a favore dello sponsor una fattura di importo pari al contributo ricevuto, soggetto a IVA;
 - b. nel caso di sponsorizzazione tecnica ovvero qualora siano stati ceduti gratuitamente beni o servizi, è fatto obbligo della “doppia fatturazione”, ovvero la fatturazione dello sponsor al Comune del valore del servizio o dei beni ceduti, soggetto a IVA e la fatturazione del Comune allo sponsor di pari importo, soggetto a IVA, con compensazione contabile delle due fatture, per le attività di promozione dell'immagine e/o del marchio e/o dei prodotti e servizi dello sponsor;
 - c. nel caso di compartecipazione economica diretta da parte dello sponsor alle spese di realizzazione di interventi/iniziativa/attività previste dall'Ente è dato obbligo della “doppia fatturazione” quindi lo sponsor emetterà una fattura dell'importo pari alle spese sostenute, soggetto a IVA, e il Comune emetterà una fattura di uguale importo, soggetto a IVA, a titolo di sponsorizzazione;
 - d. nel caso di sponsorizzazione mista, il Comune emette a favore dello sponsor una fattura pari al valore complessivo della sponsorizzazione, soggetto a IVA mentre lo sponsor emette al Comune una fattura dell'importo del valore dei lavori/beni/servizi realizzati, soggetto a IVA.
2. Rimangono a carico dello sponsor le spese relative al pagamento delle imposte, tasse, canoni e corrispettivi previsti dalla legge e/o da regolamenti derivanti dall'esecuzione del contratto di sponsorizzazione e dalla realizzazione delle attività sponsorizzate.
3. I corrispettivi dei contratti di sponsorizzazione sono previsti in bilancio e nel Piano esecutivo di gestione e delle performance ad inizio anno, o durante l'anno mediante variazioni, in osservanza dell'ordinamento finanziario e contabile degli Enti locali. I corrispettivi costituiti da proventi di entrata sono contabilizzati tra le entrate; i corrispettivi costituiti da risparmi sono comunque contabilizzati a bilancio in entrata e in spesa per pari importo al fine di assicurare il rispetto del principio di integrità del bilancio e della normativa fiscale.

Art.14 - Riserva organizzativa

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dalla amministrazione Comunale secondo la disciplina del presente regolamento.
2. E' tuttavia facoltà del Comune, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, affidare in convenzione l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni a terzi che abbiano adeguata competenza.

ART. 15 - Accordi di collaborazione e Convenzioni

1. In quanto applicabile, la disciplina del presente regolamento viene utilizzata anche per le procedure relative agli “accordi di collaborazione” di cui all'art. 43 comma 1 della L. 449/1997 ed alle “convenzioni” di cui all'art. 43 comma 3 della L. 449/1997.

ART. 16 - Norme di rinvio

1. Per quanto non espressamente previsto nel presente regolamento, troveranno applicazione:
 - a) norme comunitarie, nazionali e regionali;
 - b) lo Statuto comunale;
 - c) i Regolamenti comunali;

ART. 17 - Disposizioni transitorie

Il presente Regolamento è pubblicato all'Albo Pretorio di Comune di Caino ed entra in vigore con l'esecutività della deliberazione di approvazione.